

УДК 37.015.311:659.3

ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА

Т.А. Євтухова

Стаття присвячена нагальній проблемі впливу засобів масової інформації, зокрема телебачення, на формування культури особистості та її духовний розвиток. Проблема актуальна не тільки для педагогів і психологів. Питанням переймаються соціологи, політологи, філологи. У статті розглянуто культурологічний аспект проблеми, необхідний для більш глибокого її розкриття.

Ключові слова: засоби масової інформації, телебачення, особистість, культура особистості, духовний розвиток.

Характерною ознакою сьогодення є зростання ролі засобів масової інформації в житті суспільства та окремої особистості. Засоби масової інформації – це певна система взаємопов'язаних елементів, що представлені телебаченням, радіомовленням, пресою, комп'ютерними мережами, за допомогою яких інформація поширюється на великі аудиторії. Комунікація як процес обміну осмисленими повідомленнями в знаковій формі – необхідний елемент соціального буття людини.

На межі XX-XXI ст. телебачення перетворилося не тільки у засіб передачі інформації, воно стало напрочуд важливим соціальним інститутом. Телебачення як комунікативний засіб доступне майже будь-кому. Воно впевнено ввійшло у повсякденні соціальні практики мільйонів людей. Наразі перегляд телевізійних програм в житті сучасної людини посіло одне з основних місць серед головних форм комунікації. Зміни в комунікативній діяльності викликали низку трансформацій у трансляції соціального досвіду, і телебачення як соціальний інститут почало помітно впливати на результат соціалізації особистості.

Телебачення має можливість впливати на зміст культурних і соціальних систем, беручи участь у створенні і трансляції певного ряду соціальних ролей, норм поведінки і цінностей. Телевізійна інформація у вигляді життєвих історій містить певні соціальні моделі поведінки, соціальні ролі, картини світу. Телевізійні образи здатні активно

впливати на об'єкт соціалізації. Завдяки емоційній привабливості телевізійних образів та історій відбувається посилений вплив на свідомість індивіда і відтак сприяє формуванню певних соціальних якостей й зразків поведінки.

Можна вважати, що сучасні мас-медіа, зокрема телебачення, визначають духовний клімат суспільства, є частиною його духовної культури. Усвідомлюючи те місце, яке телебачення посідає у житті сучасної дитини, можна без перебільшення стверджувати, що за рівнем свого впливу на духовний розвиток особистості, воно випередило інші засоби масової інформації [1].

Отже, сучасну людину можна назвати „полезалежною” в розумінні її прив'язаності до медіасвіту, це насамперед стосується молодого покоління. Ситуація суспільної нестабільності, кризові процеси, які охоплюють як сферу матеріального, так і духовного, задають багатовекторність життєвих орієнтирів молоді, що загострює проблему визначення ціннісного підґрунтя життєздійснення. Найбільш чітко ця проблема окреслюється у підлітковому та юнацькому віці, оскільки саме ці вікові періоди є сензитивними щодо життєвого самовизначення особистості. Саме тому дослідження інформаційних можливостей сучасних ЗМІ в плані впливу на молодь є вельми актуальними передусім з практичної точки зору.

Системний аналіз наукової літератури доводить, що сьогодні триває новий етап розширення та зміцнення позицій засобів масової інформації і, перш за все, телебачення. І це стає об'єктом пильної уваги науковців психолого-педагогічного напрямку (О. Квашук, Л. Масол, О. Невмержицька, Д. Попова, С. Шандрук), філологів (М. Андрющенко, Л. Городенко, К. Кошак, І. Пенчук, Н. Темех), політологів (В. Зінчук, А. Костирев), культурологів (Є. Субота, Ю. Усенко). Останні розглядають роль і місце телебачення у формуванні культури та духовності особистості.

Ураховуючи актуальність проблеми, ми маємо проаналізувати культурофілософські дослідження з проблеми впливу засобів масової інформації і зокрема телебачення на процеси розвитку і формування особистості, її духовного становлення.

Телебачення від певного часу стало популярною масовою енциклопедією культурного життя. Так чи інакше воно перетворилося на могутній соціальний інститут, що має величезний вплив на духовне

вдосконалення глядацької аудиторії. Телебачення бере активну участь у формуванні та розвитку особистості. Широко відомі основні його функції, серед яких:

- комунікативна (функція спілкування);
- ідеологічна, пов'язана з прагненням впливу на світоглядні основи та ціннісні орієнтації молоді аудиторії на їх свідомість, ідеали, мотивацію поведінки тощо;
- культурно-освітня (трансляція у суспільстві культурних цінностей, виховання на зразках загальнолюдської культури, а відтак, сприяння індивідуальному розвитку);
- рекламно-довідкова, спрямована на задоволення практично-утилітарних потреб особистості;
- рекреативна, пов'язана зі світом розваг, зняття напруження, отримання задоволення [2].

Натомість вплив телебачення на культуру загалом і духовне становлення особистості, зокрема, неоднозначне. Цей засіб масової інформації працює на багатомільйонну аудиторію глядачів й намагається бути цікавим кожному. Відтак маємо трансляцію нескладних форм (серіали, чисельні розважальні шоу різноманітного напрямку), які досить часто є зразками дурного смаку, що, безсумнівно, шкодить культурі. Але ж є й інший бік. Велике значення для зростання й демократизації культури має той факт, що мешканці навіть найвіддаленіших районів мають можливість зустрітися на екранах своїх телеприймачів з політичними та громадськими діячами, науковцями, митцями, побачити шедеври театрального і кіномистецтва, відвідати відомі музеї світу. Отже, телебачення і формує культуру суспільства, і пристосовується до його попитів, тобто є своєрідним індикатором рівня культури, що домінує в тому чи іншому суспільстві.

Різними аспектами розвитку та суспільних функцій телебачення, зокрема українського, присвячено значний масив наукової літератури. Останнім часом особливо активізувалися дослідження політологічної спрямованості. І це зрозуміло, адже українське суспільство наразі переживає період демократичних трансформацій. Натомість культурологічний аспект висвітлений не досить широко. Так, Ю. Усенко у своєму дослідженні розкрила проблему українського телебачення як засобу масової комунікації у процесі його становлення та розвитку. Авторка здійснила ґрунтовний історіографічний аналіз з тим, аби

показати, який складний шлях воно пройшло від етапу пропаганди та агітації (40-50-ті рр. XX ст.) до утвердження як національного засобу масової комунікації у другій половині 90-х рр. Кожний етап, вона виділила п'ять, проаналізовано з його позитивних та негативних сторін.

У рамках нашого дослідження актуальним є висновок авторки щодо реального стану національного телевізійного поля. Ю. Усенко акцентує увагу на механізмі взаємодії у сфері духовної культури національного й інтернаціонального у телепросторі, що сьогодні являє собою складну й суперечливу проблему. Не існує національної культури, вільної від іноетнічних впливів, яка б функціонувала у чистому вигляді (за умови, якщо її носії не ізольовані від цивілізованого світу). Одночасно слід констатувати стійкість багатьох національно-специфічних, ментальнісних рис, прагнення відродити у сучасній духовній практиці багатівікові культурні традиції, повернути до життя численні перлини художньої спадщини. Водночас, реальний стан національного телевізійного поля, його відповідність духовно-політичним потребам сучасного суспільства не є адекватними вимогам часу, передусім через неухвагу держави до сфери телебачення, неналежне матеріальне й ідеологічне забезпечення телестудій тощо. Це, у свою чергу, спричинює засилля на вітчизняному екрані іноземного теле- і кінопродукту, здебільшого не найвищого гатунку, що в сьогоднішньому процесі національного відродження духовності та культури українського народу стає неабиякою перепоною [3].

Соціокультурний аспект становлення та розвитку недержавного телебачення Харківщини висвітлив у дисертаційному дослідженні Є. Субота, адже саме на Харківщині вперше було розпочато трансляцію програм недержавними телеканалами. Автор розглянув недержавне телебачення з позиції його місця та ролі в розвитку культури регіону та формуванні духовної культури особистості. Дослідження виявили, що найбільшою увагою серед молоді користуються розважальні й інформаційні авторські телепередачі. Водночас зазначено, що соціально-інформаційний рівень таких телепередач – низький або нижчий за середній. Для них характерними є прихована реклама, орієнтація на західну культуру, розважальний характер, популяризація масової культури, стереотипність мислення, пропаганда насилля та згубного способу життя. Значна частина молоді є здебільшого пасивним споживачем медіаінформації, що передається телеканалами, і

неспроможна до її самостійного, критичного осмислення. Поступово, в процесі пасивного сприйняття телеінформації, відбувається переоцінка цінностей особистості, виникають стереотипні судження.

Дослідник акцентує увагу на тому, що відсутність належної уваги до проблем медіаосвіти в регіонах негативно впливає на формування особистісної культури телеглядачів і пропонує шляхи вирішення проблеми. Серед інших – впровадження в систему освіти лекційних курсів, спецкурсів і спецсемінарів, створення кіноклубів, проведення конференцій та «круглих столів», присвячених питанням медіаосвіти, а також створення культурно-освітніх організацій, які б розробляли означену тематику. Також розглядає можливість створення культурно-освітнього телеканалу з метою реалізації соціокультурних, виховних, компенсаторних, інформаційно-просвітницьких, навчальних програм.

Розглядаючи феномен недержавного телебачення в ракурсі його впливу на формування культури та духовності молоді, Є. Субота окреслив коло перспективних напрямів своєї проблеми: визначення напрямів подальшого розвитку недержавного телебачення як порівняно нового виду медіакультури і масової комунікації, ролі недержавного телебачення в розвитку культури окремих регіонів, його місця в мас-медійній інфраструктурі регіону, шляхів оптимізації змісту інформаційних програм, напрямів розвитку культурницької і освітньої діяльності; вирішення проблеми активізації діяльності недержавного телебачення щодо пропаганди здорового способу життя, особливо дітей і молоді, реалізації програм з етико-естетичного виховання глядачів та інших актуальних питань соціокультурного розвитку українського суспільства [4].

Засоби масової інформації, зокрема телебачення, хоча й відносяться до мезафакторів розвитку особистості, є потужним інструментом впливу на формування її культури і духовний розвиток. На мас-медіа покладається важлива роль у донесенні до широких мас, перш за все, позитивної культури, її цінностей і пріоритетів. Слід пам'ятати, що, якщо існує духовний розвиток, то за природним законом є й зворотний процес – духовна деградація. Отже, слід підвищити вимоги до діяльності ЗМІ, запроваджувати заходи щодо попередження їхнього негативного впливу, натомість сприяти ефективному використанню ЗМІ для утвердження духовних загальнолюдських цінностей.

Література

1. Масол Л. Формування естетичного смаку засобами телебачення і радіо // Шкільний світ. – 2003. – № 38–39. – С. 34–41.
2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. – М., 1995. – С. 48–72.
3. Субота Є.В. Становлення та розвиток недержавного телебачення Харківщини в умовах незалежності України: соціокультурні аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. культурології : спец. 26.00.04 „Українська культура” / Є.В. Субота. – Харків, 2010. – 13 с.
4. Усенко Ю.В. Становлення та розвиток українського телебачення як засобу масової комунікації: дис. ... кандидата іст. наук: 17.00.01 / Усенко Юлія В'ячеславівна. – Київ, 2006. – 170 с.

В статье раскрывается насущная проблема влияния средств массовой информации, в частности телевидения, на формирование культуры личности и ее духовное развитие. Проблема актуальна не только для педагогов и психологов. Она является объектом социологических, политологических и филологических исследований. В статье рассматривается культурологический аспект проблемы, необходимый для более глубокого ее раскрытия.

Ключевые слова: *средства массовой информации, телевидение, личность, культура личности, духовное развитие.*

The article is devoted to the urgent problem of the influence of the mass media including television, on the formation of a cultural personality and its spiritual development. The problem is urgent not only for teachers and psychologists but this issue is worked out by sociologists, political scientists and philologists. The cultural aspect of the problem, which is necessary for the better understanding of its disclosure, is considered in this article.

Key words: *mass media, television, personality, culture, the spiritual development of a personality.*

Євтухова Т. А. – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки Донбаського державного педагогічного університету (м. Луганськ, Україна)

Рецензент – доктор педагогічних наук, професор А.І. Дзундза